

SAK Bf - Årsplan og statusrapport - Forretningsdriften 2020

Til: KHM's styre
Fra: Anette Maartmann-Moe
Dato: 28.01.2020

Årsplan 2020 – KHM, Utstillings- og publikumsseksjonen, Avdeling for forretningsdrift (FD)

Målsetting 2020

- FD har fokus på nytt vikingmuseum (VTM), nedtrapping av Vikingskipshuset (VSH) og opptrapping av Historisk museum (HM) i 2023.
- 2020 er et konsolideringsår for FD på grunn av bemannings- og organisasjonsendringer.
- FD vil levere på samme nivå som i 2019, i forhold til omsetning og besøkstall, men resultatgraden kan bli noe redusert pga. økte personalkostnader.
- Fire nye utstillinger åpnes og FD parrer utstillingene med nye produkter og sortiment i HM butikken.

Resultat rapport 2019 – kort tilbakeblikk og videre planer

I 2019 leverer KHM sitt beste resultat i forhold til besøkstall og inntjening i FD. Her følger nøkkeltall; ytterligere dokumentasjon i vedlegg. Tilsammen tok KHM imot over 700.000 besøkende, VSH 570.000 og HM 132.0000. Netto omsetning var 60 mill. kr, resultat ca. 37 mill. kr.

VSH fastholder sin unike markedsposisjon og øker med ca.4%. HM doubler besøkstallene, spesielt på grunn av den nye *VIKINGr* utstillingen og god markedsføring.

Det har vært et krevende år, spesielt på HM pga. ombyggingen i museet. Det overraskende er at publikum ser ut til å trives med at det er aktivitet på huset. Et godt motivert salgspersonale med god service innstilling er en viktig årsak til det gode resultatet, samt riktig produktsortiment til riktig tid til rett pris. Vi har utviklet et stort antall egendesignete produkter og spisset oss bedre i markedet.

KHM nyter også godt av at Nasjonalmuseet holder stengt og at det nye Munch museet fremdeles ikke har åpnet dørene.

Markedstiltak i 2020

I 2020 øker vi billettprisene på KHM fra 100,- til 120,- kr for voksne. Barn under 18 år kommer gratis inn. Studenter og pensjonister betaler 90,- kr og den stor andel turistgrupper (30%) betaler 70,- kr pr. deltaker. I år mottar ingen turistbyråer payback i forhold til omsetningsvolum. Vi har gått bort fra avtalen ettersom KHM har så sterk markedsposisjon. Forventet inntektsøkning som følge av prisjustering avsettes til egenfinansiering av utstillinger i VTM.

I 2020 satser vi på at markedet holder seg på tilsvarende nivå. Fire nye utstillinger kan gi et høyere besøksutslag på HM. HM har derimot klare besøksbegrensninger.

Turistmarkedet og retail – varehandel i stagnasjon?

Den svake norske kronen gjør det rimeligere å reise til Norge. Finansdepartementet varsler at kronen holder seg lav også fremover.

All fokus rundt vikinger og nye utgravninger i media gir oss ekstra stor oppmerksomhet og interesse.

Interessen for Oslo øker; Oslo som «grønn by» og Oslo som «verdens største landsby.»

Museene har noen utfordringer mot den grønne byregjeringen som ønsker å stenge Oslos havnebasseng for cruisetraffikk, men vi tror ikke det vil påvirke Oslos turisttrafikk før om 2 - 3 år. Her arbeider VisitOslo og bransjeforeningene aktivt. Cruisenæringen selv, omstiller gradvis til elektrisk drift.

Varehandelen generelt spås nedgang, men museumsbutikker har en spesiell posisjon. Et minne fra et museumsbesøk er blitt en del av opplevelsen og vi ser at de besøkende bruker mer og mer tid inne i butikkene. Det er amerikanske turister som legger igjen de største beløpene i museumsbutikkene våre. Folk trives, spesielt på HM, og vi får positiv tilbakemelding på publikumsopplevelsen, totalt sett. «To museer i en i billett» er fortsatt populært. KHM ønsker å ta maks andel av turistens tid.

En akutt fare for besøkstallene vinteren 2020 er at Kinamarkedet kan stoppe opp pga. Coronaviruset. Det kan berøre oss med en nedgang på opptil 10%.

En nyhet med mulig positiv effekt for sommeren 2020 er at Munch museet ikke åpner før over sommeren.

Bemanning og reorganisering av FD

I 2019/20 har KHM engasjert konsultentselskapet Agenda Kaupang for å utrede bemanning og organisasjonsstruktur i FD. Den sterke og positive utviklingen i besøkstall og butikkomsättning har ført til økt bruk av deltidsansatte. Statlige krav knyttet til bruk av midlertidig ansatte må vurderes i forhold til museets årlige behov. Resultatet kan bli en økt andel fast ansatte. 2020 vil bli et konsolideringsår for FD. Det er også behov for en oppdatering av administrasjonsrutiner og –systemer, noe som også vil bli fulgt opp i året som kommer.

Produktutvikling

Den høye aktiviteten og store satsingen på nye utstillinger på HM gir større forventning til museumsbutikken og nyutvikling av produkter og sortimentet. KHM har i forretningsstrategien lagt opp til at butikkene skal speile utstillingene. En forutsigbar styring av utstillingsproduksjonen er dermed viktig for at FD skal levere varene. Vi har stor glede av KHM's 3-D miljø, hvor gjenstander, spesielt smykker, scannes til bruk for utvikling av nye produksjoner. Våre leverandører gjør også en innovativ innsats i samarbeid med FD. Den nye visuelle profilen som vi venter på, vil gi oss gode retningslinjer og bedre forutsetninger for å bygge KHM brandet. Arbeidet med VTM gir oss internasjonal retail-erfaring. Dette faller hele organisasjonen til gode. En ny strategi for FDs satsing innen produkt, retail og branding lanseres så snart den nye visuelle profilen foreligger. I disse dager foregår det en omfattende produktutvikling i forbindelse med den nye utstillingen «Følelser i antikken» som åpner i mars.

2020 - Lek på museet

KHM ser at vi må møte barnas behov i større grad, spesielt på HM. Det avsettes et eget areal til å leke viking og prøve vikingklær, ta «fotoshoots», inne i museumsbutikken.

2020 – Digitalisering

FD skal kartlegge og prøve ut nye løsninger for billettbestillingssystemer i 2020 og implementere disse i 2021.

Vedlegg:

Resultater 2019